

MARRONE, G. (1995) *Sensi e discorso*. Bologna: Progetto Leonardo.

SIMMEL, G. (1895 [1985]) *La moda*. Roma: Editori Riuniti.

WENDERS, W. (1992 [1998³]) *L'atto di vedere. The Act of Seeing*. Milán: Ubulibri.

ABSTRACT

This paper is concerned with the relationship between the "clothed body" and the visual. The former is a semiotic category epitomizing the ways in which, through its visual aspect the subject establishes its being the world and its appearance style. Dressing in this sense is a nonverbal language; it is a device for modelling the world, a form of projection and simulation, valid for both the individual and society.

Patrizia Calefato es profesora de Sociolingüística y de Filosofía del Lenguaje en la Universidad de Bari. Sus investigaciones están centradas en teoría del lenguaje, sociosemiótica, semiótica de la moda, teoría del cine y feminismo. Sus publicaciones en italiano: *Moda e cinema* (Milán: Costa & Nolan, 1999); *Moda, corpo, mito* (Roma: Castelveccchi, 1999); *Cartografie dell'immaginario* (Roma: Rosella, 2000); *Incontri di culture. La Semiotica tra frontiere e tradizioni* (Turín: UTET, 2001). En español: "El cuerpo y la moda", Documento de trabajo, Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo, Universidad de Valencia, 1989; "Génesis del sentido y horizonte de lo femenino" en G. Colaizzi (ed.) *Feminismo y Teoría del Discurso* (Madrid: Cátedra, 1990); "Automatismo y memoria en los signos de la fotografía", Documento de trabajo, Valencia: Episteme, vol. 121, 1996. E-mail: pcalefato@libero.it.

ADOR(N)ADAS DE LA CABEZA A LOS PIES: EL VESTUARIO DE LAS ESTRELLAS DE CINE LATINOAMERICANAS DE LOS AÑOS 1930 A 1950

NORA MAZZIOTTI

1. INTRODUCCIÓN

A pesar de que su existencia se remonta a siglos anteriores, la diva alcanza, con la ópera y el teatro de fines de siglo XIX, una notoriedad que se va a trasladar a la industria del cine. Con el advenimiento de este, se produce un cambio notable en el plano de la percepción. Mientras en el teatro los espectadores ven de lejos a las divas, el cine crea el primer plano, que permite realzar el rostro. Y desde la industria cultural, posibilita la reproducción de la cinta y su circulación por todo el mundo. A partir del cine las divas y estrellas se convierten en una necesidad de la industria y son objeto de adoración tanto de los públicos, como de los publicistas (Edgar Morin 1966; Dyer 1998). Las estrellas son diferentes del resto de los mortales, son tratadas como criaturas superlativas (Violette Morin 1963). En la construcción de la estrella, uno de los elementos clave lo constituye el vestuario, que refuerza y simultáneamente forma parte de su glamour.

En este artículo me voy a referir tanto a los trajes de noche, de soirée, y los diferentes accesorios llevados en las películas por estrellas del cine norte y sudamericano, como a la forma de llevarlos, a la gestualidad con que se por-

tan y los ambientes en que se mueven. La estrecha relación que se establece entre la estrella y las audiencias se plasma también en la manera en que estas eran imitadas, o eran modelos no sólo de vestuario, sino de seducción y de sociabilidad.

2. VESTIR A LA ESTRELLA

*Todo lo que lleva puesto es muy bello
pero sólo una mujer como usted puede portarlo.*

Admiradora a María Félix

Ellas caminan decididas, moviendo las caderas, a veces lánguidas, a veces desafiantes. Sus pasos desatan miradas y comentarios. Fuman. Algunas, con boquilla. Viven en casas lujosas, con enormes escaleras de mármol que bajan con estilo. Cuando se sientan, se echan etéreas sobre sillones mullidos. Si salen, van a fiestas, a restaurantes, al teatro, a presenciar shows musicales. Toman champagne y vinos finos. Viajan en automóviles, aviones, barcos. Saben dar órdenes. Son obedecidas por numerosos criados y criadas, y hasta veneradas por ellos. Bailan; algunas son cantantes.

Su presencia nunca pasa inadvertida. Son miradas por hombres y mujeres. Ellas están hechas para ser amadas, como canta Marlene Dietrich en *El ángel azul*. Son las estrellas de cine, las divas de los años treinta y cuarenta e inicios de los cincuenta. Voy a referirme a las norteamericanas Joan Crawford, Marlene Dietrich, Rita Hayworth; a las mexicanas María Félix, Dolores del Río, y a las argentinas Zully Moreno, Mecha Ortiz y Laura Hidalgo.¹

En torno de la estrella se trama una cadena de deseos. La estrella se ama a sí misma, tal como la aman sus amantes en los filmes, la ama el ojo de la cámara, y los espectadores en la sala. En todos los papeles que les toca desempeñar, en todos los filmes, van a ser deseadas. Sus amantes son capaces de abandonar a la familia, de traicionar, de arruinarse económicamente, hasta de matar, con tal de conseguir o mantener su amor. O al menos, su deferencia. Y ellas lo saben. "Nadie deja nunca a una estrella" afirma la vieja diva en *El ocaso de una vida* (*Sunset Boulevard*).

La construcción de la estrella es fruto de la organización industrial del sistema de estudios, que instaura el *star system*. En las etapas iniciales del cine, las películas eran realizadas muy rápidamente y con bajo costo. No participaban actores ni actrices con trayectoria en el teatro o en el music-hall. Son los públicos los que, con su concurrencia, van a definir quiénes son, entre esas figuras noveles, sus preferidos. De allí surgen las estrellas, como una necesi-

dad de la industria. Gustan y eso se transforma en ventas. Para fabricar una estrella además de las películas, interviene la publicidad, el periodismo de espectáculos, la relación con los espectadores y sobre todo con los fans, la parte más visible de la audiencia. En ese andamiaje, el vestuario de la estrella desempeña un papel relevante. Si por un lado es posible decir que el atuendo refuerza la personalidad de la estrella, su guardarropa también la distingue, la crea. Lo que ella luce, lo que cubre y adorna su cuerpo, la modela, le otorga un estilo. Son atributos que realzan y definen las cualidades de la *star*. Su sello de identidad.

Las estrellas de cine, semidiosas del olimpo de celuloide, necesitan lucir guardarropas que remarquen su estatuto de divas, de seres fuera del común. No se trata de trajes habituales, para andar por la calle, ir a bailes o para dormir. Son trajes de estrellas. Vestidos, deshabillés, abrigos, joyas, sombreros, zapatos, guantes y carteras componen un discurso visual que tanto puede reforzar y enfatizar, como negar y contradecir los discursos verbales. Y también, sembrarlo de ambigüedades.

Las estrellas brillan. Son simultáneamente las depositarias y agentes del encanto, del glamour, "ese feliz encuentro del maquillaje, el vestuario, las joyas, las atribuciones colectivas, la personalidad", según define Monsiváis (1981:166). Son las portadoras de un yo supranormal. Y la ropa, más que vestirlas, las adorna. Ellas lucen el vestuario. Y el vestuario a la vez, se enaltece portado, llevado por una estrella.

En las películas, el guardarropa más destacado es el que corresponde a los prototipos de mala mujer. No son los recatados vestidos de madre, ni de novia pura, los más atractivos. "En 'la mala' o prostituta [se] acentúa el glamour que la envuelve y define como tal. Se exalta lo bello y extraordinario de esos tipos. Los planos son más frontales" (Oroz 1990:137).

La industria de Hollywood estuvo desde sus comienzos ligada a la moda. Antes de iniciarse en la cinematografía, Harry Warner fabricaba zapatos; Samuel Goldwyn, guantes, y Adolph Zukor era peletero. Los tres tenían amigos y colegas en el gremio textil (Belluscio 1999:158). En Hollywood el vestuario constituye un rubro importante, y tanto Gilbert Adrian, en la Metro Goldwyn Mayer (MGM), como Orry-Kelly, en la Warner, realizaron verdaderas obras de arte con sus diseños. En las películas de Joan Crawford, de la MGM, se invertía más dinero por el guardarropa que por los derechos del guión (Herzog y Gaines 1998:78).

En relación con nuestro continente, un productor se lamenta: "el vestuario no es considerado en la cinematografía hispanoamericana con el detenimiento que merece". Y, refiriéndose a la Argentina, dice "nuestro cine, [...] no ha podido hasta ahora destinarle al renglón vestuario toda la importancia

que el mismo tiene como elemento complementario del arte del actor y como elemento de atracción en el amplio sector del público femenino” (Santiago 1940: 65). El libro fue publicado en 1940, y a lo largo de esa década, tanto el cine argentino como el mexicano desarrollarán ese rubro en las producciones. Son los años de las comedias lujosas, de las películas “de época”, de las adaptaciones de grandes novelas.

3. LAS ESTRELLAS Y SUS PÚBLICOS

¿Dónde aprendiste esos modales?

Es que voy mucho al cine.

Joan Crawford en *Lluvia*

La enorme distancia entre la vida real y concreta de los espectadores que miraron arrobados a las estrellas y las historias que narran los filmes, que pueden transcurrir en el pasado, en ambientes lejanos, exóticos, lujosos, no se contradice con el hecho de que, imaginariamente, se identifiquen con ellas. Que caigan bajo el embrujo de su glamour.

La institución cinematográfica, así como los medios gráficos –sobre todo las revistas femeninas y de espectáculo– y el desarrollo de la industria discográfica y radiofónica permiten un contacto directo con las nuevas figuras y nuevas sensibilidades. Los medios se convierten en escuelas de educación social y sentimental. Regulan lo que está permitido o lo que debe ser ocultado, legitiman gestos, modas, dictaminan o consolidan tendencias.

Saulquin señala, refiriéndose a la moda que se veía en el cine: “estas imágenes que recibe la mujer argentina durante la década del 30 son muy atractivas pero le resultan demasiado inalcanzables como modelo de imitación. Por eso prefiere la moda que impone la clase alta, y que se divulga a través de dos revistas importantes: *El hogar* y *Atlántida*. Esa situación varía en la década siguiente, cuando el encanto de Rita Hayworth y de las figuras cinematográficas desplaza a la clase alta en el lanzamiento y afianzamiento de las modas” (Saulquin 1990: 99).

Mi opinión es que, a pesar de que se trata de modelos inalcanzables, las estrellas operan como fuente de inspiración. Al mostrarse, inician a las espectadoras en el arte de la seducción. Enseñan no sólo el estilo de ropa que se usa, sino cómo moverse, cómo utilizar el cuerpo, los accesorios, la manera más adecuada de llevar un vestido, de peinarse. Con ellas aprendieron a colocarse un sombrero de la forma más favorecedora, a maquillarse. Se practicaron bailes, formas de reír y de sonreír, de fumar. En relación con los senti-

mientos, mostraron cómo sufrir, renunciar al amor, llorar. O la contracara: enseñan a fingir amor, a expresar lo que les conviene y no lo que sienten. Para el espectador masculino, era como desplegar un abanico de todo lo que se podía pedir a una mujer, lo que podía agradarles y las maneras de seducirlas. Como dice Monsiváis, se iba al cine a aprender.

Con respecto a la moda de las estrellas y las audiencias, en los años treinta se produce el desplazamiento de París y sus casas de alta costura como epicentro del dictado de la moda, a Hollywood, y a su mayor factoría: los estudios cinematográficos. “París podrá decir lo que quiera, pero cuando Joan Crawford lleva mangas abullonadas, serán mangas abullonadas para todo el mundo” dice el *New York Times* en 1933 (Belluscio 1999: 98). Un comentario semejante, aparecido en la revista *Silver Screen* en 1932, recogen Herzog y Gaines (1998: 75).

Estas autoras se refieren a una anécdota que circula profusamente: en el sector especializado en vestidos y accesorios “usados por las estrellas” de las tiendas Macy’s se habían vendido 500.000 ejemplares de la copia de uno de los modelos usados por Joan Crawford en *Letty Lynton* (1932), donde se imponen las mangas abullonadas. Más allá del hecho de que se trata de un rumor, que ellas no pudieron constatar a partir de la investigación (Herzog y Gaines 1998: 88), interesa el hecho de que las estrellas de cine y su guardarropa se convierten en productos masivos y simultáneamente en parámetros de buen gusto. Se extiende la práctica de adaptar los modelos del cine a las circunstancias de las espectadoras, o de confeccionarlos de maneras más sencillas, o con telas más baratas.

La imitación no se circunscribe a los vestidos: “En México María Félix, la de la melena leonina, los pies grandes, las pestañas interminables, ha convertido la capital en una serie de Marías Félix por doquier. Muchas muchachas [...] han soltado su melena en toda su abundancia, han exigido pestañas de gran magnitud a sus peinadoras y van por las calles con aires de reinas”, dice *Cinema Reporter* en 1948 (Tuñón 1998: 65).

En las revistas de espectáculos norteamericanas había columnas donde las estrellas aconsejaban qué ropa utilizar en determinadas circunstancias (Herzog y Gaines 1998: 83), mientras que en *Para Ti* las publicidades de jabones y productos de maquillaje tienen una intertextualidad fuerte con el cine, y aparecen las estrellas como consejeras y expertas en belleza (Traversa 1997: 97). El género melodramático que caracteriza la filmografía de estas estrellas permitía un fuerte involucramiento de las espectadoras. La identificación con los personajes y con la estrella generaba placer y gratificación (Oroz 1999), que muchas veces se traslucían en la imitación del estilo, del vestuario, de los modales.

4. EL ATUENDO

Prepáreme el traje blanco de jersey y los zapatos plateados.

Zully Moreno en *Dios se lo pague*

No es suficiente ser bonita, hay que saberlo ser.

María Félix

Las estrellas se mueven en el lujo. A nadie se le ocurriría pensarlas trajinando en la cocina, o de compras en un almacén. Se desplazan cómodas en ambientes opulentos, visten con naturalidad ropa costosa. Los brillos, los fastos son llevados con confianza, como si les hubieran pertenecido desde siempre. Y ahí radica su poder. Son ricas, poderosas por ser bellas, por ser estrellas.

La industria sabe cómo irradiar el lujo desde la pantalla. "Será bueno recordar en principio que los tejidos brillantes de reflejos múltiples, como el satén, terciopelo de seda, lamé y creppe, dan la completa impresión de riqueza" aconseja el *Manual del aspirante a intérprete cinematográfico* (Santiago 1940: 68).

Dado que la variedad de colores no podía ser gozada, ya que no se utilizaba el technicolor, se trabajaba mucho el blanco, el crema, el negro y las tonalidades de grises. En el mismo Manual se da la siguiente información (1940: 69): "Como norma general para la elección de los colores, la reproducción fotográfica en el celuloide responde a la siguiente tabla de ilustración:

Color	Reproducción
Violeta	Oscuro
Verde	Gris
Añil	Negro
Anaranjado	Muy claro
Rojo	Claro
Amarillo	Blanco
Azul	Oscuro

En cambio en la gráfica sí se utilizaban colores: los afiches, las tapas de las revistas, las postales que circulaban suplían esa carencia.

¿Qué elementos conforman el vestuario? En primer lugar, el vestido. Predominan los vestidos largos, ceñidos al cuerpo, angostos. Llegan hasta el suelo. La cintura está siempre marcada. Así aparecen Marlene Dietrich en *La*

Venus rubia; Rita Hayworth en *Gilda*; María Félix en *La devoradora* y *La mujer sin alma*; Zully Moreno en *Dios se lo pague*. Hay algunos de falda amplia, fruncida o acampanada: Laura Hidalgo en *Armiño negro*; también Zully Moreno en *Dios se lo pague*. La falda puede tener un tajo que deja ver una pierna larga y bien torneada: Rita Hayworth en *Gilda*; María Félix en *La diosa arrodillada*.

Los filmes de esas décadas, sea por imposiciones de los códigos de censura, o por comportamientos socioculturales, no muestran el cuerpo desnudo, sino que dejan entrever lo que está oculto. Aunque algunas partes, como la espalda o los hombros, son constantemente exhibidos. Para las fiestas, es infaltable el solero. Hay soleros de breteles pequeños, otros de anchos breteles que se unen en el cuello, como el que usan Rita Hayworth en *Gilda*, Laura Hidalgo en *Armiño negro* o Zully Moreno en *Dios se lo pague*. El solero sin bretel es el más elegido: Rita Hayworth, Joan Crawford o María Félix lo lucen en varios filmes.

La parte delantera del solero permite apenas mostrar el nacimiento de los senos (que eran de dimensiones naturales), y a veces ni siquiera eso. Los escotes delanteros no tienen demasiado protagonismo, y cuando están, son prudentes, sean de corte redondo, cuadrado, en "V". Algunos, tal vez más sensuales, son en forma de espejo, como el que usan María Félix en *La diosa arrodillada* o Mecha Ortiz en *El canto del cisne*.

Son importantes los detalles del diseño, que hacen de cada vestido una creación individual, por ejemplo, los bordados que adornan las pecheras, o que ribetean el escote, o aplicados a un lazo. Son de piedras o de *strass*. O las aplicaciones de lentejuelas, que pueden cubrir todo el torso. Está el chal que se forma a partir de la parte trasera de las mangas y que lleva Zully Moreno en *Dios se lo pague*, o la cola de tul que parte de los hombros y que usa Dolores del Río en *Las abandonadas* cuando aparece en lo alto de una escalera. Tanto es el esplendor de ese vestido, y la forma en que ella lo lleva, que hace que Pedro Armendáriz, que la mira desde abajo, le diga "¡Baje, baje por favor, para que me convenza de que no es un sueño!".

Los vestidos, además de usarlos, hay que llevarlos. El cine, a diferencia de la fotografía de estudio, o las que aparecían en los almanaques, permite ver a la estrella en movimiento, ser testigo de sus espléndidos desplazamientos. El caminar insinuante, el movimiento de las caderas, el cruce de piernas, la manera en que portan los accesorios o los abrigos, la gesticulación de un brazo con alhajas, el acariciar un anillo o colocarse un guante eran particularidades que acompañaban y conformaban la imagen de la estrella. Hay un andar de estrellas, un andar cinematográfico, que se convirtió en modelo de sociabilidad, de sensualidad, de buen gusto, de extravagancia.

“Mecha ha sido y es la elegancia. Pero no por la ropa en sí, aunque siempre tuvo muy buen gusto. Su garbo, su forma de moverse, su andar —casi felino— sin proponérselo, hacía que fuera elegante aun con una blusa y una pollera”, dice el modisto Eduardo Bergara Leumann refiriéndose a Mecha Ortiz (Ortiz 1982: 119). Esos movimientos exquisitos de las estrellas están realzados también por las telas con las que se han confeccionados los vestidos. Están elegidas para ser percibidas por distintos sentidos.

Brillosas, suaves, delicadas, son una invitación a tocar, a acariciar: satén, chiffon, tafeta, raso, terciopelo, seda, *voile*, jersey de seda. O son telas labradas, con relieves y bordados en hilo de seda. Impactan también al oído, recuérdese el frufrú de las telas sedosas, y asimismo permiten imaginar el roce de la tela con la piel desnuda.

Y están las transparencias: encaje, tul, gasa, que, formando un *corsage*, continúan por la pechera y los brazos, simulando una blusa de mangas cortas en un modelo que usa Laura Hidalgo en *Armiño negro*. O que imita un canesú blanco como el que luce Mecha Ortiz en *Madame Bovary*. Con las transparencias, la estrella aparenta una desnudez que no tiene. Deja entrever su piel suave, sedosa, tal como lo proclamaban las marcas de jabón de la época.

¿Con qué abrigo se cubren las estrellas? Obviamente, con pieles. Todavía no habían surgido las luchas ecologistas, y los estudios de Hollywood, México o Buenos Aires no mezquinaban esos imponentes abrigos de armiño, zorro o visón. Tapados largos, sacones siete octavos, estolas, boas, capitas y boleros aparecen en todos los filmes analizados. La piel está connotando éxito, poder. E importa nuevamente la forma en que se llevan. María Félix en *La mujer sin alma* coloca un sacón de zorro colgado de un solo hombro, como lo haría más tarde Rita Hayworth en *Gilda*. Rita luego lo deslizará hasta las manos y lo arrastrará por el piso en la habitación, detrás de Glenn Ford.

En un abrigo de paño, las pieles adornan los puños, las solapas. Marlene Dietrich, en *La Venus rubia*, se acurruca sensualmente en la piel que lleva en el cuello, como buscando un cobijo que la vida no le da. O se aplican en detalles en las mangas de un vestido, como luce María Félix en *La mujer sin alma*. O en los puños de un deshabillé (*Doña Diabla*).

También hay telas nobles que reemplazan a las pieles: Zully Moreno usa un tapado largo de terciopelo con importantes mangas abullonadas en *Dios se lo pague*; Laura Hidalgo arrastra una capa en *Armiño negro*. De cualquier modo, no son prendas corrientes.

La estrella vive para sí. Cuando sale, únicamente lleva lo que necesita para continuar siendo estrella, para lucir su belleza. Por eso es que sus cartaras son pequeñas, de tela, de gamuza, de *strass*, bordadas, y se llevan con manos enguantadas. Sólo caben en ellas cigarrillos, la polvera, el lápiz de labios,

el espejo; pocas veces contienen dinero, porque quienes atienden a las estrellas les solventan todo lo que necesitan.

Los guantes son otro de los atributos que no faltan. Los hay largos, que superan los codos, y que en conjunto con el vestido solero simulan una manga que deja al descubierto los hombros. Una de las escenas más famosas del cine es la del baile de Rita Hayworth en *Gilda*. Con un vestido de raso ceñido al cuerpo, sin breteles y con un tajo hasta el muslo, confeccionado por el modisto Jean Louis, hace un número musical en un restaurante donde canta *Put the blame on Mame*. Contoneándose con sensualidad, baila, se revuelve el cabello y lentamente va quitándose un guante, preludiando un strip-tease que no llega a realizar. Cuando solicita que algún cliente la ayude a abrir el cierre de su vestido, acude indignado Glenn Ford y le estampa una sonora bofetada. El guante funciona como fetiche, como objeto depositario del deseo.

Esa escena fue muy imitada. Con *Gilda* se pusieron de moda, tanto las sandalias con pulsera que abrochaba en el tobillo y el taco bien alto que diseñó Perugia —Joan Crawford, Dolores del Río, María Félix usarán modelos en esa misma línea en distintas películas— como “las telas bordadas, el raso negro [...] la tintura de cabello color caoba. Los peluqueros crearon la moda de las melenas leonadas. Centenares de niñas fueron bautizadas con su nombre. Surgieron marcas de coches... y hasta se les ocurrió la siniestra idea de colocar una foto suya en el avión que arrojó la bomba atómica en el atolón de Bikini” (Belluscio 1999: 190).

Tal como pregonaban las publicidades de champús, los cabellos son sedosos. Y ondulados. Ninguna usa el cabello lacio. Todas alternan el peinado suelto y los recogidos. Marlene Dietrich lo lleva con un corte de melena y rulos. María Félix, Dolores del Río y Laura Hidalgo lo usan más largo y leonado al estilo Rita Hayworth. Joan Crawford usa una onda importante sobre la frente y postizos en forma de bananas sobre la nuca. Zully Moreno tiene pequeños recogidos, bucles y rodete. Los peinados de Mecha Ortiz imitaban los de Greta Garbo, porque en la Argentina su imagen fue construida a partir del parecido con la diva sueca. “Su melena larga, rubia, exuberante, capaz de provocar la necesidad de hundir los dedos en ella”, decía la revista *Flash* en 1981.

La cabellera, junto con el maquillaje y los sombreros, como la capelina colocada de lado y con el ala que avanza sobre un costado de la cara, que utilizó en varios filmes Joan Crawford; los casquitos pequeños de Marlene Dietrich; las mantillas de Zully Moreno, María Félix, Laura Hidalgo, los chales de Dolores del Río o de Mecha Ortiz reciben un tratamiento especial, porque son los que están cerca del rostro de la estrella. La iluminación es esencial y se utilizaban filtros y ángulos de cámara muy precisos para realzar la belleza. “La composición plástica modela la luz con una mayor gama de

valores, acentuando los ojos y los labios, que son elementos de fuerte carga simbólico-erótica. Esta sintaxis produce una mayor intimidad con el espectador. Es el momento del *close up*", dice Silvia Oroz (1990:137).

Proliferan las joyas, las alhajas. Se las puede pensar como el mayor tributo, el más fuerte homenaje a la diva. Rubrican su estatuto de diosas. Son la más grande exteriorización del lujo, de lo excesivo, de lo ornamental. Las usan hasta la exageración; María Félix llevaba piedras verdaderas, y en las ficciones son generalmente regaladas por un amante o un aspirante a serlo. Para el cuello: gargantillas, collares de tres vueltas de perlas, o de brillantes. Importantes prendedores y broches. Pulseras y anillos con piedras de gran tamaño. Y también tiaras y diademas en el cabello (Zully Moreno en *Nacha Regules*) o combinada con plumas (Dolores del Río en *Las abandonadas*).

Tan fuerte es su connotación de superfluo, de despilfarro, y hasta de codicia, que, para acceder al perdón, Zully Moreno debe quitárselas frente a la imagen de la Virgen en *Dios se lo pague* (Mazziotti 1996) y le son arrancadas a María Félix por el esposo, cuando descubre que se las regalaba el amante, en *La mujer sin alma*.

5. LA INTIMIDAD DEL DORMITORIO

*Té he dicho un millón de veces que no me hables
mientras me hago las cejas.*

Jean Harlow en *Cena a las ocho*

A pesar de que siempre existe una distancia entre la estrella y los espectadores, personas comunes, hay en los filmes un ámbito donde es posible forjar la ilusión de mayor proximidad, donde es permitido atisbar la intimidad de la estrella: el dormitorio. Allí se juegan las escenas más glamorosas, más sensuales de los filmes. Las camas son amplias, dobles, con cubrecamas de raso y almohadones mullidos. En el dormitorio, la estrella es mostrada con deshábille o negligé. Generalmente blanco, largo, ceñido a la cintura, escotado. De satén o de *voile bien souple* que permite la transparencia y deja entrever los senos y la piel sedosa. Hay otros con detalles de encaje en el escote, con lazos oscuros.

En *La devoradora*, se ve a Diana de Arellano (María Félix) durmiendo. "Ella está abandonada al sueño; cuando la criada le da de comer [una uva], acaricia su boca con la fruta. Diana se estira mostrando su cuerpo, la sirvienta le introduce apenas la pieza de fruta; Diana la saborea y sonríe; la muchacha le habla suavemente y Diana acepta la comida en un abandono y una entrega

sensuales, en el goce del misterio de los sentidos" (Tuñón 1998: 241). "Más" pide con voz lánguida. Luego se coloca unas pantuflas de seda, bordadas y con una piedra en la capellada. Entra en el baño, se ducha, y a continuación comienza su ritual frente al tocador.

El tocador puede estar revestido de la misma tela rasada del cubrecamas, que llega hasta el piso (*Gilda*). Y tiene los laterales de tul (*La devoradora*). O es de madera clara, con cajoncitos (*La mujer sin alma*). Suelen tener grandes espejos. Encima del tocador hay frascos de perfume, cepillos, potes de crema, de polvo facial. Todo lo que necesitan para embellecerse. En *El ocaso de una vida*, se parodian los rasgos característicos del dormitorio de la diva, y su atuendo.

Las estrellas se arreglan frente al espejo. Se peinan, se perfuman detrás de las orejas, hacen gestos, aprueban. Comprueban, una vez más, su encanto. El tocador funciona como la forja de la condición de estrellas. Es por un lado, el lugar donde se "producen", el lugar desde el cual va a emerger la nueva personalidad, si no eran anteriormente estrellas, y también la mesa de operaciones, el centro de planificación de sus objetivos o de formulación de los nuevos pasos por seguir.

En una escena inicial de *La mujer sin alma*, a María Félix, que está frente al espejo del tocador en su cuarto, la atienden tres mujeres. Una le lima las uñas, otra la peina. La tercera, simplemente, la admira. Ese personaje es como una metáfora de la audiencia. Igual que ella, quedamos allí, testigos del esplendor de la estrella. Aguardando y gozando por anticipado de sus desplazamientos, de sus metas y audacias, de su porte, de su guardarropa. Los filmes son a veces un pretexto para ratificar el estatuto de la estrella.

NOTA

1. En cuanto al vestuario, la cinematografía latinoamericana elegida imita la hollywoodense.

FILMOGRAFÍA CITADA

- Abandonadas, Las* (1944) Dolores del Río. Dir. Emilio Fernández.
Armiño negro (1953) Laura Hidalgo. Dir. Carlos Hugo Christensen.
Canto del cisne, El (1945) Mecha Ortiz. Dir. Carlos Hugo Christensen.
Devoradora, La (1946) María Félix. Dir. Fernando de Fuentes.
Dios se lo pague (1948) Zully Moreno. Dir. Luis C. Amadori.

- Diosa arrodillada, La* (1947) María Félix. Dir. Roberto Gavaldón.
Doña Diabla (1948) María Félix. Dir. Tito Davison.
Gilda (1946) Rita Hayworth. Dir. Charles Vidor.
Madame Bovary (1947) Mecha Ortiz. Dir. Carlos Schlieper.
Mujer sin alma, La (1944) María Félix. Dir. Fernando de Fuentes.
Nacha Regules (1950) Zully Moreno. Dir. Luis C. Amadori.
Ocaso de una vida, El (Sunset Boulevard) Gloria Swanson. Dir. Billy Wilder.
Suplicio de una madre, El (Mildred Pierce) (1945) Joan Crawford. Dir. Michael Curtiz.
Venus rubia, La (1932) Marlene Dietrich. Dir. Joseph von Sternberg.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELLUSCIO, M. (1999) *Vestir a las estrellas. La moda en el cine*. Barcelona: Ediciones B.
 DYER, R. (1998) *Stars*. Londres: British Film Institute.
 HERZOG, Ch. C. y GAINES, J. M. (1998) "Puffed Sleeves before Tea-time". Joan Crawford, Adrian and women audiences" en *Stardom. Industry of Desire*, de Ch. Gledhill (ed.). Nueva York y Londres: Routledge.
 MAZZIOTTI, N. (1996) "Dios se lo pague: enseñar deleitando". Ponencia leída en la V Conference organizada por Studies in Latin American Popular Culture y la Tulane University, Nueva Orleans.
 MONSIVAIS, C. (1981) "Crónica de sociales: María Félix en dos tiempos" en *Escenas de pudor y liviandad*. México: Grijalbo.
 MORIN, E. (1966) *Las estrellas de cine*. Buenos Aires: EUDEBA.
 MORIN, V. (1963) "Les Olympiens", *Communications* 2, 106-130.
 OROZ, S. (1990) "La mujer en el cine latinoamericano" en *Cine latinoamericano años 30-40-50*. XI Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano. México: UNAM.
 — (1999) *Melodrama. O cinema de lágrimas da América Latina*. Río de Janeiro: Funarte.
 ORTIZ, M. (1982) *Mecha Ortiz por Mecha Ortiz*. Buenos Aires: Moreno.
 SANTIAGO, C. (1940) *Manual del aspirante a intérprete cinematográfico*. Buenos Aires: Sopena.
 SAULQUIN, S. (1990) *La moda en la Argentina*. Buenos Aires: Emecé.
 TRAVERSA, O. (1997) *Cuerpos de papel. Figuraciones del cuerpo en la prensa 1918-1940*. Barcelona: Gedisa.
 TUÑÓN, J. (1998) *Mujeres de luz y sombra en el cine mexicano. La construcción de una imagen 1939-1952*. México: El Colegio de México/Instituto Mexicano de Cinematografía.

ABSTRACT

In the films, divas and stars become a need of the industry and an object of worship both for the audiences and the advertisers. Different from the rest of mortals, stars are treated as superlative creatures. In the making of stars, one of the key elements is the wardrobe, which reinforces and, at the same time, is part of their glamour. This article is about evening gowns and accessories worn by stars in a series of North and Latin American's films. It discusses the way they are worn, the gestures involved and the environment surrounding them as well. The close relationship established between the star and the audiences is also shown in the way stars were imitated and adopted as models, not only of fashion but also of seduction and sociability.

Nora Mazziotti es profesora en Letras y doctoranda con la tesis "Género(gender) y género(genre). Representación de figuras femeninas en el cine argentino de los años 1930-1950". Es profesora en la Universidad de Buenos Aires, en la Escuela de Comunicación Social y en la Maestría de Análisis del Discurso. Coordinadora de la carrera de Guionistas para Televisión del Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica, es la más destacada analista de ficción televisiva en la Argentina. Ha publicado libros y artículos sobre televisión, cine y teatro (*La industria de la telenovela. La Producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires: Paidós, 1996). E-mail: nmazziotti@fibertel.com.ar